

令和4年度(2022年度)デジタル田園都市国家構想交付金事業の検証結果について

| 交付金対象事業の名称 | | 事業概要 | | | | | |
|--|----------------------------|---|-----------------|-----------------|---|---|-------|
| 「新たな日常」における地域間連携による「民需」「人の流れ」創出プロジェクト (久留米広域連携中核都市圏4市2町での広域連携事業) | | 久留米広域連携中核都市圏では、目指す将来像として「住み続けたい、暮らしてみたい」。訪れてみたい～魅力ある久留米広域連携中核都市圏の創造～」を掲げ、更なる発展を目指すものである。そのため、圏域が一体となって、地域資源を活かして、しごと創生分野の取組の充実を図るとともに、これまでの取組についても新たなステークホルダーと連携するなどの新たな取組として充実化を図る。 ■新型コロナウィルス感染症による「新たな日常」において、圏域市町のDX推進等による民需主導による成長や雇用の創出、観光消費額の増加により、圏域の平均所得の向上を実現していく。 ■圏域市町の連携による移住定住の推進や観光客の確保といった「ひと」の流れを創出し、その「ひと」が交流し、移住・就業等を通じて、「ひと」と「しごと」の好循環化を実現していく。 | | | | | |
| 事業開始 | 事業終了 | | | | | | |
| 2022年4月 | 2023年3月 | | | | | | |
| 実施内容 | 大川市事業費 (うち交付金額) | 重要業績評価指標 (KPI) | | | | 大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会 からの意見・提案・まとめ | 今後の方針 |
| | | 指標 | 基準値 (2018年度) | 目標値 (2024年度) | 2022年度 実績値 | | |
| <p>《インテリア産業強化支援事業》 実施主体：(一財)大川インテリア振興センターへの補助 インテリア産業の底上げを図る事業を実施 ○展示会事業・・・学校施設・サービスEXPO(出展社7社、来場者約6,000人)、働き方改革EXPO(出展社4社、来場者約10,000人)、建築建材展2022(木材組合・化粧板組合・建具組合が出展、来場者約40,000人)、東京インターナショナルギフトショー(出展社11社、来場者約100,000人)、全国陶磁器フェア(出展社12社、来場者約13,000人) ○PR事業・・・自治体向け販売促進事業(県内73自治体、112保育施設に配布) ○人材育成事業・・・ファクトリーツアー(3校を対象に実施)</p> <p>《頑張る企業支援事業》 実施主体：(一財)大川インテリア振興センターへの補助 新商品開発・販路開拓を意欲的に行う事業者を支援 ○補助金交付事業者：9社 申請事業：販路拡大2社、ホームページ作成1社、ホームページ拡充3社、新商品開発2社、ECサイトの構築1社</p> <p>《インテリア人材育成事業》 実施主体：大川商工会議所への補助 ○本市の家具産業の職人技の伝承のため、後継者育成や人材育成を行うことを目標に本事業を実施。令和4年度は、9名(市内4名)の塾生に対し、年間38日間の塾を開校。塾生には、アームチェアやテーブルの制作を通じた指導が行われた。先輩塾生が講師となり、新人塾生の指導にあたるなど、職人塾開始時に想定していたスパイラルが生まれてきている。 起業及び市内就職者の実績はなかった。</p> <p>《家具展示会事業》 実施主体：(協)福岡・大川家具工業会への補助 ○産地大川で展示会を開催(年4回) 産地「大川」において展示会を開催することで市内事業者の展示会への出展を容易にし、営業活動の促進及び販路拡大と併せて、産地の技術向上、競争力の強化を図った。さらには、家具関連企業や消費者に産地としての技術力の高さをアピールすることで販路拡大及び競争力強化を図るため、産地「大川」で年4回開催される展示会への補助を行った。</p> <p>《新規創業・経営革新支援事業》 実施主体：大川商工会議所への補助 市内における新規創業及び企業の経営改善の取り組みを支援することを目的に、中小企業診断士のセミナー開催を通じて、市・会議所・金融機関等による支援体制の構築を図るとともに、経営革新に資する取組を行う事業所への補助を行う。 【創業塾】セミナー開催：3回/修了者14名 【経営革新塾】セミナー開催：3回/修了者8名</p> <p>《経営革新計画取得推進補助金》 実施主体：各事業者 福岡県の経営革新計画の取得推進と経営革新計画の着実な事業推進を支援することを目的とし、前年度に取得した福岡県の経営革新計画に基づき、本年度実施する事業を支援する。 ○補助金交付事業者：4者 申請事業：新規事業(2者)、販路開拓(1者)、新設備導入(1者)</p> <p>《全国優良ツキ板展示大会補助金》 実施主体：大川化粧板工業(協) 全国優良ツキ板展示大会へ出展することにより、市内事業者の加工技術の研鑽・産地大川のPR・販路拡大を図る。 ○本市から出展した4社すべてが賞を受賞することができ、産地大川のPRとなった。</p> | 20,000,000 (10,000,000) | | | | | <p>【事業継続】 PR事業の一環として、プロ向けのファクトリーツアーを実施するとともに、人材育成のため、事業者と就業者のマッチング体制を強化したい。</p> <p>【事業継続】 引き続き、各社の意欲的な取組を支援していきたい。</p> <p>【事業継続】 起業・就職を目的とした人材を受け入れたい。</p> <p>【事業継続】 引き続き、各社の新製品等のPRに努めたい。</p> <p>【事業継続】 引き続き、新規創業者、経営改善に取り組む企業の支援に努める。セミナーを行うことを目的とせず、その後につながるような支援にも努める。 セミナーで講師と立てた創業計画等と結果が異なったときの支援を考慮する必要がある。</p> <p>【事業継続】 引き続き、経営改善に取り組む企業の支援に努める。</p> <p>【事業終了】</p> <p>【事業継続】 令和3年度に制作した「ロボ家具」のYouTubeシリーズが令和4年1月であり、3か月でのPR効果は大きかったが、当初予定していたイベントが実施できず、「ロボ家具」の披露目げできなかった。今後はイベントでの「ロボ家具」体験を実施し、職人の技に触れることで、大川家具及び大川市の効果的なブランディングにつなげる。</p> <p>【事業継続】 地方創生推進交付金の対象年度が令和7年度までの5年間になったことにより、より長期的な視点での施策が必要であり、大川家具のブランディングに基づくマイスター・ツーリズム推進事業や観光DX化を推進することにより観光振興を図っていく。</p> | |
| <p>《木工製造業の生産高(億円)》</p> | 384 | 400 | 369 | | <p>・仕事の将来性が保証されないと、技術はあっても仕事を続けられないことがある。将来性を担保することが必要なのでは。 ・セミナーの修了者がその後どのように活躍されているのかどうかを確認できれば課題が見えてくるのではないかと。 ・補助金の受付を柔軟に対応して助かるという声を事業者の方から聞くので、是非引き続き柔軟に対応していきたい。 ・観光ボランティアの今まで以上の充実を図ってほしい。 ・海外では「日本のもの」というだけで価値が高いと考えている人もいるかと思うので、海外にもアピールする必要があるのではないかと。また、そういった販路が開かれて若者が関心を持つことで、人材育成の面にもつながるのではないかと。 ・有名なYouTuberが家具を取り上げるとは、若者が関心を持つことに効果的だと感じた。 ・家具のリサイクル等も対応可能であれば顧客の購買意欲も上がるのではないかと。</p> | | |
| <p>《シティセールス推進事業》 実施主体：市 大川家具のブランディングを基盤として、「家具のある暮らしの豊かさ」をコンセプトに、産業・観光・子育て支援等の各政策の体系的なプロモーションを実施し、大川家具及び大川市の効果的なブランディングにつなげた。 ○「大川家具」×「テクノロジー」で誕生するちよっと未来の家具「ロボ家具」のPR動画<第2弾>を製作しYouTubeで公開した。ロボ家具動画のYouTube再生回数は147万回を超えた。 ○各種イベントに出展し、来場者に「ロボ家具」を見て触れて体験していただいた。 ○「ロボ家具」プロモーションとして、特設サイトの開設、WEB広告、メディア露出等を行い認知拡大・興味喚起・理解促進を図った。テレビ8本、新聞6社、WEB37本の露出があった。</p> | 36,000,000 (18,000,000) | | | | | | |
| <p>《マイスターツーリズム推進事業》 実施主体：大川観光協会への補助 ホームページやSNSを活用した情報発信や家具店の案内、イベント等を通じて産業観光の推進を図る ○観光協会ホームページをはじめとしてWEB広告や各種SNSを活用して産業観光につながる情報を発信した。 ○観光ツールのデジタル化に向け、組立体験の製作工程の動画作成やデジタルサイネージ等の導入を検討し、観光DXの推進に努めた。 親見店内実績(大川テラツツァ)：180件 ○観光ボランティアガイドの運営及び育成については、毎月定例会を開催し、視察研修会(山口県萩市)を実施した。 会員数12名、ガイド実績18件・239名 ○12月に新型コロナウイルス感染症対策を講じながら「ものづくりマルシェ」を開催し、木工体験イベント等を行った。 年間木工体験(組立コースター作り・椅子作り並の体験)実績：940名</p> | 18,000,000 (9,000,000) | 昇開橋通行者数(人) | 75,864 | 100,000 | 51,900 | | |
| | | 大川市観光入込客数(万人) | 78.1 | 92.5 | 59.7 | | |

| 交付金対象事業の名称 | | 事業概要 | | | | | |
|--|----------------------|---|------|-----------------|---------------|--|-------|
| 魅力ある地域づくりによる移住・定住促進事業 (福岡県及び関連市町との広域連携事業) | | 筑後七国(大川市・柳川市・八女市・筑後市・みやま市・大木町・広川町)としての連携を図りながら、九州新幹線筑後船小屋駅を中心に、筑後七国の地域資源の活用や福岡ソフトバンクホークスとの連携を通じた活動の活性化を目指す。 | | | | | |
| 事業開始 | 事業終了 | | | | | | |
| 2022年4月 | 2023年3月 | | | | | | |
| 実施内容 | 大川市事業費 (うち交付金額) | 重要業績評価指標(KPI) | | | | 大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会 からの意見・提案 | 今後の方針 |
| | | 指標 | 基準値 | 目標値 (2024年度) | 2022年度 実績値 | | |
| <<福岡ソフトバンクホークス・ファーム本拠地を活用した筑後七国の活性化>> 実施主体:筑後七国活性化協議会への負担金(構成団体:筑後市、柳川市、八女市、みやま市、大川市、大木町、広川町) ○九州新幹線筑後船小屋駅を中心に、筑後七国の地域資源の活用や福岡ソフトバンクホークスとの連携を通じた筑後七国の活性化を目指す。 ・「筑後七国デー」事業(R4.5.28):大型ビジョンでシティプロモーション動画を放映 ・筑後七国スタンプラリー:1,354人 ・paypayドームにおける福岡都市圏PR(R4.9.23):約3,000部のパンフレット類を配布 ・観光ボランティアガイド研修会(R5.2.20):モッカランドにおいて開催。46名参加 ・筑後船小屋駅観光案内所の活用:利用者4,572人 ・筑後七国サイクルーツリズム事業:『筑後七国ルート』の「柳川」と「大川」を造成するために、4回のモニターライドを実施。 「大川」→担当者モニター(R4.12.26、9名参加)、一般募集モニターライド(R5.2.12、10名参加)、旅行事業者招聘イベント(R5.2.21、6名参加) ・インバウンド推進事業研修会(R5.3.3) ・小中学生、一般(団体)の招待券配布:筑後七国市町の住民対象 ・筑後七国中学生野球教室:大川市・大木町合同、計46名参加 △観光協会等の民間事業者と連携していくことがより求められる。 | 252,000 (126,000) | 大川市観光入込客数(万人) | 78.1 | 92.5 | 59.7 | 【事業継続】 ソフトバンクホークスを活用した七国PRは県内にとどまらず、九州各県に対するPR手段として非常に有効なものであると考えられる。 また、七国が一致団結し各種PRを実施することで単独でのPR以上の効果につなげていく。 | |